

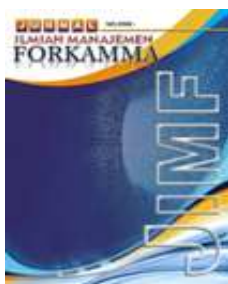
PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERJADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE PADA SAMSUNG STORE MALL BINTARO EXCHANGE

Nurmin Arianto ¹⁾ & Adzmi Fahmi Albani ²⁾

¹⁾ dosen universitas pamulang, email : nurmin1989@gmail.com

ARTICLES INFORMATION

ABSTRACT



JURNAL ILMIAH MANAJEMEN FORKAMMA

Vol.1, No.3, Mei 2018

Halaman : 1 – 14

© LPPM & FORKAMMA

Prodi Magister Manajemen
UNIVERSITAS PAMULANG

ISSN (online) : 2599-171X

ISSN (print) : 2598-9545

Keyword :

Kualitas produk, Harga, Keputusan Pembelian

JEL. classification :

C33, G20, G23, N65

Contact Author :

PRODI
MAGISTER MANAJEMEN &
FORKAMMA UNPAM

JL.Surya Kencana No.1 Pamulang

Tangerang Selatan – Banten

Telp. (021) 7412566, Fax (021) 7412491

Email: jurnalforkamma.unpam@gmail.com

Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada Samsung Store Mall Bintaro Xchange. Jenis penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif. Dan Populasi dalam Penelitian ini adalah konsumen Samsung Store Mall Bintaro Xchange, Kemudian diambil Sampel menggunakan rumus Slovin, Sehingga didapatkan sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis, dan koefisien determinasi dengan taraf signifikan 5% menggunakan program SPSS for Windows Version 23. Hasil penelitian menunjukkan besar nya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian adalah 4,397, besar nya pengaruh harga terhadap keputusan pembelian adalah 2,891, dan besar nya pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian adalah 75,239, sehingga kualitas produk dan harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

This study also aims to determine how much influence of product Quality and price toward purchasing decisions at the Samsung Store, Mall Bintaro Xchange. This research type is descriptive quantitative. And the Population in this Research is consumer Samsung Store Mall Bintaro Xchange, Then taken of the Sample using the Slovin formula, So that the obtained sample of 100 respondents. Data collection techniques the questionnaire. The analysis technique used is a test instrument, the classical assumption test, multiple regression analysis, hypothesis testing, and the coefficient of determination with a significant level of 5% using SPSS for Windows Version 23. The results showed his large influence of product quality towards purchase decisions is 4,397, his large influence of price on purchase decisions was 2,891, and his large influence of product quality and price toward purchasing decisions is 75,239, so that product quality and price have an influence on the purchase decision.

A. Pendahuluan

Persaingan yang ketat antara produsen handphone atau smartphone membuat Samsung dituntut untuk dapat mengantisipasi perubahan-perubahan dan peka terhadap kebutuhan masyarakat untuk dapat bersaing dalam situasi persaingan yang tinggi tersebut. Dengan demikian dibutuhkan produk yang memiliki kualitas yang terbaik serta harga yang sesuai dengan kualitas untuk dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian ulang konsumen. Kotler dan Keller (2011:121) Kualitas Produk adalah Kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya. Persepsi konsumen terhadap kualitas produk akan membentuk preferensi dan sikap yang mempengaruhi keputusan untuk melakukan pembelian ulang.

Berbagai usaha ditempuh perusahaan untuk menghasilkan produk yang berkualitas, antara lain dengan menerapkan kontrol yang ketat pada setiap proses mulai dari penyiapan bahan baku sampai penyimpanan produk jadi. Selain itu harga juga merupakan komponen penting atas suatu produk, karena akan berpengaruh terhadap keuntungan produsen. Harga juga menjadi pertimbangan khusus untuk menentukan harga tersebut. Menurut Kotler dan Armstrong (2008:345) Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Keputusan pembelian yang dilakukan pelanggan melibatkan keyakinan pelanggan pada suatu produk sehingga timbul rasa percaya diri atas kebenaran tindakan yang diambil. Rasa percaya diri pelanggan atas keputusan pembelian yang diambilnya mempresentasikan sejauh mana pelanggan memiliki keyakinan diri atas keputusannya memilih suatu produk. PT. Samsung Elektronik memfokuskan pada teknologi yang mengarah pada pembentukan dua lembaga penelitian dan pengembangan (litbang) yang membantu memperluas jangkauan lebih jauh lagi kebidang telekomunikasi, elektronik, semikonduktor, optik, dan bidang-bidang baru inovasi teknologi dari nanoteknologi hingga arsitektur jaringan yang canggih.

Pada 13 Desember 2013, PT Samsung Elektronik membuka Samsung Experience Store di Bintaro Jaya Xchange Mall, yaitu sebuah store gadget yang menjual smartphone merek Samsung dengan kebutuhan akan smartphone yang semakin meningkat menyebabkan persaingan antara perusahaan smartphone berlomba-lomba mengeluarkan fitur-fitur serta aplikasi berbasis android yang canggih untuk bisa bersaing dengan smartphone lainnya.

Tabel 1.1
Jumlah Keluhan Pelanggan Mengenai Produk Samsung
Bulan Agustus – September 2016

Keterangan	Bulan	
	Agustus	September
Software Upgrade	96	30
Troubleshooting	40	59
Data Backup/Smart Switch	12	30
Demo/Setting/Explanation	5	9

Sumber: Data Samsung Store Mall Bintaro Xchange, 2016

Adanya keluhan pelanggan mengenai kualitas produk Samsung seperti Software upgrade, Troubleshooting, Data Backup/Smart Switch, dan Demo/Setting/Explanation, banyak keluhan pelanggan mengenai Software Upgrade dan tertinggi yaitu di bulan Agustus sebanyak 96 yang mengeluh, Hal ini dapat disebabkan kualitas produk Samsung masih belum maksimal.

Tabel 1.2**Daftar Harga Smartphone Samsung Store Mall Bintaro Xchange 2016**

Produk	Harga
Samsung Galaxy J5 J500G 8GB Black	Rp 2.599.000
Samsung Galaxy J5 J500G 8GB White	Rp 2.599.000
Samsung Galaxy J7 J700F 16GB Black	Rp 3.199.000
Samsung Galaxy J7 J700F 16GB White	Rp 3.199.000
Samsung Galaxy J5 J510 2016 Black	Rp 2.999.000
Samsung Galaxy J5 J510 2016 Gold	Rp 2.999.000
Samsung Galaxy J5 J510 2016 White	Rp 2.999.000
Samsung Galaxy J7 J710F 2016 Black	Rp 3.499.000
Samsung Galaxy J7 J710F 2016 Gold	Rp 3.499.000
Samsung Galaxy J7 J710F 2016 White	Rp 3.499.000
Samsung Galaxy A3 A310 2016 16GB Black	Rp 3.199.000
Samsung Galaxy A3 A310 2016 16GB Gold	Rp 3.199.000
Samsung Galaxy Note 5 N9208 32GB Black	Rp 8.499.000
Samsung Galaxy Note 5 N9208 32GB Gold	Rp 8.499.000
Samsung Galaxy Note 5 N9208 32GB Pink Gold	Rp 8.499.000
Samsung Galaxy Note 5 N9208 64GB Silver	Rp 9.499.000

Sumber: Data Harga Smartphone Samsung Store Mall Bintaro Xchange 2016

Berdasarkan tabel harga diatas, Harga yang ditawarkan samsung masih relatif mahal dengan spesifikasi produk yang masih relatif standar android yang mungkin dapat mengakibatkan suatu keputusan suatu pembelian oleh konsumen akan mempertimbangkan kembali untuk melakukan keputusan pembelian atas smartphone Samsung.

Tabel 1.3

**Volume penjualan Smartphone Samsung Store Mall Bintaro Xchange
Tahun 2013 – 2015**

Tahun	QTY/Unit	Penjualan	Target
2013	4587	Rp 23.548.700.000	Rp 24.000.000.000
2014	6072	Rp 24.839.400.000	Rp 25.000.000.000
2015	6699	Rp 28.848.870.000	Rp 26.500.000.000

Sumber: Data Samsung Store Mall Bintaro XChange 2013-2015

Dengan mengetahui data pada tabel 1.3 dapat diambil kesimpulan Bahwa penjualan pada Samsung Store Mall Bintaro XChange menunjukan peningkatan Setiap Tahun. Namun Pada tahun 2013 dan 2014 Penjualan tidak mencapai target, ini diakibatkan karena keputusan pembelian akan smartphone samsung berkurang yang mungkin bisa disebabkan karena kualitas produk samsung masih belum maksimal dan Harga Smartphone samsung masih relatif mahal.

Berdasarkan informasi yang tertulis diatas maka penulis melakukan penelitian untuk mengetahui penilaian pelanggan atau kualitas produk yang diberikan perusahaan dan keputusan pembelian konsumen pada Samsung Store Mall Bintaro XChange. Penulisan tersebut penulis tuangkan dalam bentuk skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Smartphone terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Pada Samsung Store Mall Bintaro Xchange”**

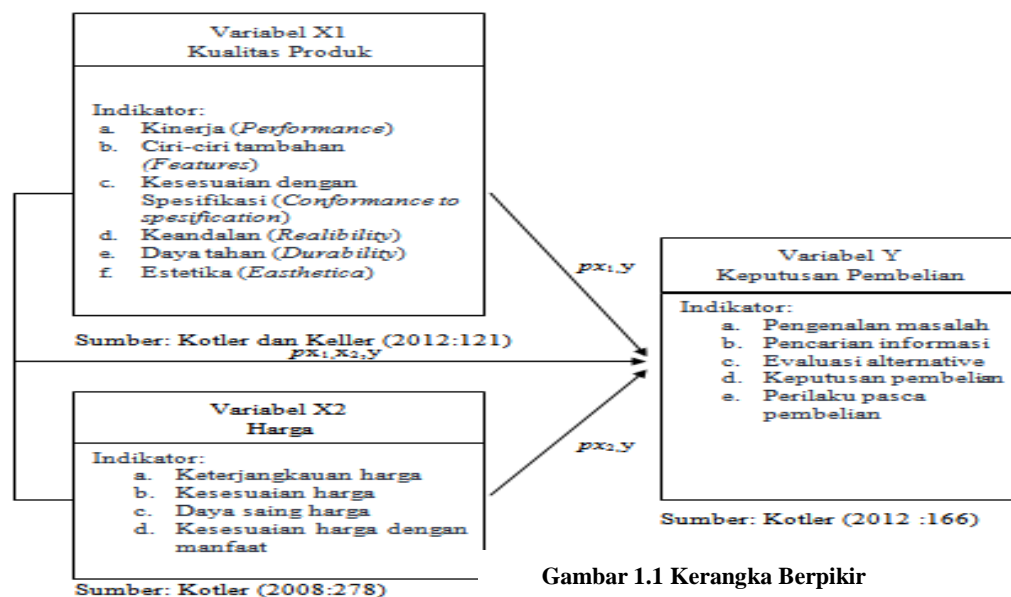
B. Perumusan Masalah

Berdasarkan beberapa uraian pada latar belakang di atas, maka penulis memberikan perumusan masalah yang meliputi:

1. Berapa besar kualitas produk terhadap keputusan pembelian smartphone pada Samsung Store Mall Bintaro XChange?
2. Berapa besar harga terhadap keputusan pembelian smartphone pada Samsung Store Mall Bintaro XChange?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian smartphone pada Samsung Store Mall Bintaro XChange?

C. Kerangka Berpikir

Dalam penelitian suatu Kerangka Berpikir perlu dikemukakan apabila dalam penelitian tersebut, dikenal bahwa keputusan pembelian merupakan faktor terikat Y (*dependen*) yang akan dipengaruhi oleh kualitas produk yang berperan sebagai faktor X_1 (*independen*) dan Harga berperan sebagai faktor X_2 (*Independen*). Sehingga dapat diketahui seberapa besar masing-masing pengaruhnya terhadap beberapa stimuli keputusan pembelian (Y). Komponen utama pada kerangka berpikir yang dikembangkan adalah Independent variabel (variabel bebas/variabel x). Dependent variabel (variabel terikat/variabel y), *level* (Indikator dari variabel bebas yang akan diobservasi), *measures* (indikator dari variabel terikat yang akan diobservasi)



Gambar 1.1 Kerangka Berpikir

D. Landasan Teori

Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan apabila menginginkan produk yang dihasilkan dapat bersaing dipasar. Kualitas Produk adalah Kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya, Kotler dan Keller (2011:121). Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Kotler dan Armstrong (2011:258) Kualitas Produk adalah kemampuan yang bisa dinilai dari suatu produk didalam menjalankan fungsinya, yang merupakan suatu gabungan dari daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk. Produk yang berkualitas tinggi sangat diperlukan agar

keinginan konsumen dapat dipenuhi. Keinginan konsumen yang terpenuhi sesuai dengan harapannya akan membuat konsumen menerima suatu produk bahkan sampai loyal terhadap produk tersebut. Pesaing yang banyak di pasar menuntut perusahaan harus memerhatikan kebutuhan konsumen, serta berusaha memenuhi kebutuhan itu dengan produk yang bermutu tinggi. Kualitas produk memberikan dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Konsumen akan senang jika kebutuhannya terpenuhi. Sedangkan faktor yang mempengaruhi kualitas produk Menurut Kotler dan Keller (2012:121) menyatakan faktor yang sering digunakan dalam mengevaluasi keputusan pembelian terhadap suatu produk diantaranya : Kinerja (*Performance*), Ciri-ciri atau Keistimewaan tambahan (*Features*), Kesesuaian dengan Spesifikasi (*Conformance to Specification*), Keandalan (*Realibility*), Daya tahan (*Durability*), Estetika (*Easthetica*).

Harga

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan atas manfaat-manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut, sedangkan menurut Tjiptono (2012: 151) "harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Pengertian ini sejalan dengan konsep pertukaran (*exchange*) dalam pemasaran. Benturan antara kedua kepentingan dan pengaruh harga terhadap kedua belah pihak merupakan proses yang tidak mudah. Kedua hal tersebut tidak bisa dipisahkan karena sama penting dan berpengaruh. Harga sebagai sejumlah uang yang harus dibayar untuk mendapatkan hak penggunaan produk. Harga dalam keputusan pembelian dapat menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian untuk memengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian suatu produk, pemasar biasanya memodifikasi harga mereka. Sedangkan faktor yang mempengaruhi harga Menurut (2010:24) faktor yang mempengaruhi harga yaitu: Keterjangkauan harga, Kesesuaian harga dengan kualitas produk, Daya saing harga, Kesesuaian harga dengan manfaat.

Keputusan Pembelian

Konsumen kadang-kadang melakukan pengambilan keputusan, walaupun memiliki keterlibatan yang rendah terhadap produk. Konsumen kurang memahami kategori produk, pencarian informasi, dan evaluasinya lebih terbatas dibandingkan dengan proses yang kompleks. Sedangkan menurut Kotler (2012:166) keputusan pembelian adalah Proses keputusan pembelian terdiri dari lima tahap yang dilakukan oleh seorang konsumen sebelum sampai pada keputusan pembelian dan selanjutnya pasca pembelian. Sejalan dengan pengetahuan tersebut, Kotler dan Armstrong (2012:128) menyatakan bahwa perilaku konsumen selalu melihat perilaku dari tiap individu, rumah tangga ataupun organisasi tentang bagaimana mereka berproses sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian, serta tindakannya setelah memperoleh dan mengkonsumsi produk, jasa atau ide. Adapun yang mempengaruhi keputusan pembelian menurut Kotler (2012:166) faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian

E. Metodologi Penelitian

Sifat penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif yaitu penelitian tentang data yang dikumpulkan dan dinyatakan dalam bentuk angka-angka meskipun juga berupa data kualitatif sebagai pendukungnya. Seperti kata-kata atau kalimat yang tersusun dalam angket, kalimat konsultasi atau wawancara antara dan informasi.

Populasi Dan Sampel

a) Populasi

Sugiyono (2012:119) menyatakan bahwa populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Samsung Store Mall Bintaro Xchange yang menggunakan dan memakai *Smartphone* Samsung Sebanyak 2500 orang dari bulan Oktober tahun 2016 sampai bulan Desember Tahun 2016 yaitu saat diadakan penelitian.

b) Sampel

Sugiyono (2014:81) berpendapat "sample adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut." Untuk menentukan jumlah sampel yang akan diambil untuk dilakukan penelitian maka penulis menggunakan rumus Syofian Siregar (2014:61). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *accidental sampling/Incidental Sampling*, Menurut Sugiyono (2012:92) *accidental sampling/incidental Sampling* adalah teknik pengambilan sampel secara tidak sengaja atau secara acak. dimana mengambil sampel setiap pelanggan yang sesuai kriteria dan ditemui saat peneliti melakukan penelitian di Samsung Store Mall Bintaro Xchange sehingga setiap orang tidak memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel.

Penetapan jumlah sampel tersebut menggunakan rumus Slovin seperti yang dikemukakan oleh Syofian Siregar (2014:61) :

Dimana :

$n = 100$

$N = 1.728$

$e = \text{Error yang ditolerir } 10\%$

$n=100$

$$n = \frac{2.500}{1 + 2.500(0.1)^2}$$

$$n = \frac{2.500}{1 + 2.500(0.01)}$$

$$n = \frac{2.500}{26}$$

$$n = 96.15 \quad n = 100$$

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan rumus diatas, maka sampel atau responden yang peneliti gunakan dalam penelitian ini berjumlah 100.

Analisis Data

Analisis data Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Pengujian validitas menggunakan rumus korelasi pearson product moment, dengan Syarat uji validitas jika menggunakan SPSS adalah *Correlated* ini Menurut Sugiyono, (2013:182) kalau Uji Validitas pakai r tabel 0,3 yaitu: Jika $r \leq 0,3$, Maka dinyatakan gugur / Tidak di valid dan Jika $r \geq 0,3$, Maka dinyatakan *Pearson Correlation*. Serta pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan nilai Alpha Coanbach dengan kriteria uji reliabilitas dalam penelitian ini, Kriteria uji reliabilitas dalam penelitian ini menurut Sugiyono (2013:184) adalah 0,6 dimana Jika $r_{ca} \leq 0,6$ maka butir instrument dinyatakan tidak reliabel dan Jika $r_{ca} \geq 0.6$ maka butir sinstrument dinyatakan reliabel. Teknik analisis data antara lain uji asumsi klasik dan analisis regresi ganda. uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Penelitian ini menggunakan pendekatan grafik Normal P-P of regression standardized residual untuk menguji normalitas data dan pendekatan uji statistik Kormogolov-Smirnov. Untuk pendekatan grafik jika data menyebar disekitar garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas (Imam Ghazali, 2013:163) dan penerapan pada uji Kolmogorov Smirnov adalah bahwa jika signifikansi dibawah 0,05 berarti data yang akan diuji mempunyai perbedaan yang signifikan dengan data normal baku, berarti data tersebut tidak normal, dengan menggunakan taraf signifikansi sebesar 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,05.

Uji Multikolinearitas

Metode yang dapat digunakan untuk menguji terjadinya multikolinieritas dapat dilihat dari matrik korelasi variabel-variabel bebas. Pada matrik korelasi, jika antar variabel bebas terdapat korelasi yang cukup tinggi (umumnya di atas 0,90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinieritas. Selain itu dapat juga dilihat nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Batas dari nilai tolerance adalah $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF adalah ≥ 10 (Imam Ghazali, 2013:106). (variance inflation factor) dan nilai tolerance melalui program SPSS sebagai berikut: - Nilai VIF > 10 , maka terjadi multikolinearitas dan - Nilai VIF ≤ 10 , maka bebas multikolinearitas.

Uji Heterokedastisitas

Pendekatan yang dapat dipakai dalam menguji heterokedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan pendekatan grafik, yaitu scatterplot. Cara menganalisisnya: Dengan melihat apakah titik-titik memiliki pola tertentu yang teratur seperti bergelombang, melebar kemudian menyempit, jika terjadi maka mengindikasikan terdapat heterokedastisitas dan Jika tidak terdapat pola tertentu yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka mengindikasikan tidak terjadi heterokedastisitas

Analisis Regresi Ganda

Teknik analisis regresi ganda dipergunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap dependen dimana persamaan umum regresi berganda menurut Sugiyono (2010:277) adalah: $y = \alpha + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \varepsilon$ Dan teknik pengujian hipotesis menggunakan uji parsial dan uji simultan dengan teknik probabilitas, dengan cara membandingkan nilai probabilitas Sig dengan taraf signifikansi 0,05. Jika nilai probabilitas sig $< 0,05$ maka signifikan.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 sampai 1, semakin mendekati 1 semakin baik (Ajija, 2011:34).

F. Hasil Analisis Data

1.) Uji Validitas

Untuk mengolah uji validitas penulis menggunakan perhitungan statistik dengan software IBM SPSS (*Statistic Program for Sosial Science*) versi 23 for windows, diperoleh nilai r_{hitung} lebih dari nilai r_{tabel} dan nilai r positif, maka Menurut Sugiyono (2013:182) butir pernyataan dianggap valid Nilai r_{tabel} untuk 100 responden dengan taraf kesalahan 5% sebesar 0,300. Hasil uji validitas instrument kuisioner no 1 untuk variabel kualitas produk diperoleh nilai r_{hit} 0,849 $> t_{tab}$ 0,300 dan instrument kuisioner no 1 variabel harga diperoleh nilai r_{hit} 0,890 $> t_{tab}$ 0,300 sedangkan variabel keputusan pembelian diperoleh nilai r_{hit}

0,843 > t_{tab} 0,300 sehingga dapat dikatakan $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ sehingga dapat dinyatakan Valid.

2.) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas suatu data dilihat dari Koefisien Cronbach's Alpha. Hasil analisis atas reliabilitas masing-masing variabel dalam penelitian yang terdiri dari: kualitas produk (KPk), harga (Hrg), dan Keputusan Pembelian (KP) menunjukkan signifikan untuk semua variabel yang diuji, mengolah uji reliabilitas penulis menggunakan perhitungan statistik dengan software IBM SPSS (*Statistic Program for Sosial Science*) versi 23 for window, Menurut Sugiyono (2013:184) dimana semua nilai *Cronbach's Alpha* (α) yang dihasilkan lebih besar dari 0,600 dan dinyatakan semua data reliabel dimana variabel kualitas produk memperoleh nilai $r_{\text{ca}} > r_{\text{tabel}}$ yaitu $0,945 > 0,600$ dan variabel harga memperoleh nilai $0,846 > 0,600$ sedangkan variabel keputusan pembelian memperoleh nilai $0,915 > 0,600$ sehingga semua kuisioner di katan reliabel karena $r_{\text{ca}} > r_{\text{tab}}$.

3.) Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji Normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel residual memiliki distribusi normal atau tidak. Berdasarkan gambar histogram diatas menunjukan bahwa dari semua data yang ada berdistribusi normal , Karena semua data membentuk lonceng terbalik, Maka data tersebut memenuhi asumsi normal.

Tabel 4.1
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.94671962
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.064
	Negative	-.072
Kolmogorov-Smirnov Z		.720
Asymp. Sig. (2-tailed)		.678

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2017.

Berdasarkan tabel non parametris test diatas menunjukan bahwa nilai signifikansi = $0,678 > 0,05$ maka dengan uji kolmogrov-Smirnov data residual tersebut dikatakan berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Pengujian ada tidaknya gejala multikolinieritas dilakukan dengan mempertahankan nilai matriks korelasi yang dihasilkan pada saat pengolahan data serta nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan tolerance – nya.

Hasil Uji Multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.2
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.120	1.732			
	Kualitas Produk	.539	.123	.657	.181	5.529
	Harga	.297	.222	.133	.181	5.529

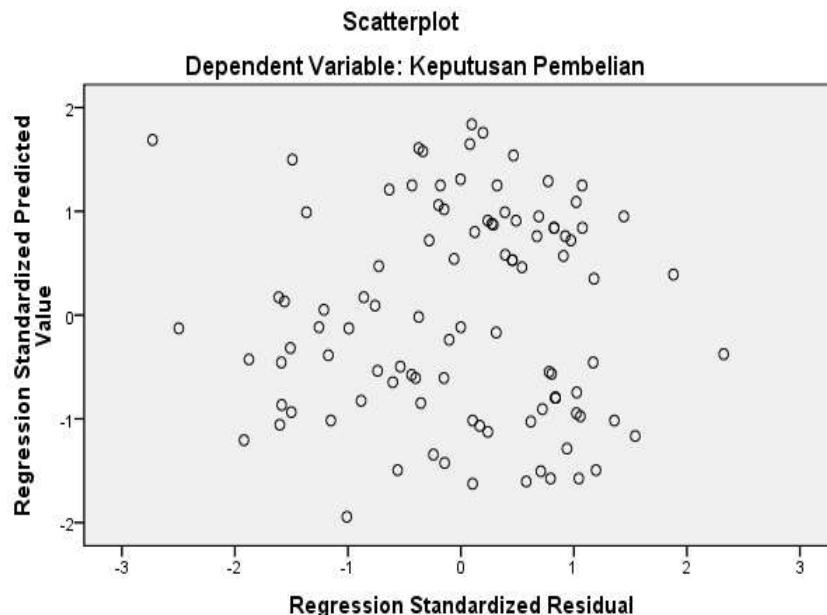
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2017.

Dari data pada tabel diatas dapat diketahui bahwa syarat untuk lolos dalam uji mutlikolinearitas sudah terpenuhi oleh seluruh variabel indenpenden yang ada, yaitu nilai tolerance $0,181 > 0,10$ dan VIF (*Variance Inflation Factory*) $5,529 < 10,00$. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel *independent* yang digunakan dalam penelitian ini tidak berkorelasi antar variabel indenpenden yang satu dengan variabel indenpenden yang lainnya.

c. Uji Heteroskedastisitas

Untuk menguji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan mengamati grafik *scatterplot* dengan pola titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah sumbu Y. Berikut hasil pengolahan menggunakan program SPSS



Gambar 4.1 : Grafik Scatter plot

Scatterplot terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini.

4.) Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.3
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	6.120	1.732	
	Kualitas Produk	.539	.123	.657
	Harga	.297	.222	.133

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data primer yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel di atas diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 6,120 + 0,539 X_1 + 0,297 X_2 + e$$

Persamaan regresi tersebut mempunyai makna sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 6,120 menyatakan bahwa tanpa ada variabel *kualitas produk* (x_1) dan *harga* (x_2) maka *keputusan pembelian* (y) tetap terbentuk sebesar 6,120 atau jika nilai *kualitas produk* (x_1), dan *harga* (x_2) nilainya = 0 maka *keputusan pembelian* tetap memiliki nilai = 6,120. Yang artinya konsumen akan tetap membeli produk meski *kualitas produk* dan *harga* yang diberikan tidak sesuai harapan, karena pada dasarnya konsumen membutuhkan *handphone* untuk keperluan komunikasi dan kerja.
- Variabel *kualitas produk* (x_1) berpengaruh positif terhadap *keputusan pembelian* (y) dengan nilai koefisien sebesar 0,539. Artinya jika variabel *kualitas produk* (x_1) meningkat satu-satuan dengan asumsi bahwa variabel *harga* (x_2), tetap, maka *keputusan pembelian* (y) akan meningkat sebesar 0,539.
- Variabel *harga* (x_2) berpengaruh positif terhadap *keputusan pembelian* (y) dengan nilai koefisien sebesar 0,297. Artinya jika variabel *harga* (x_2) meningkat satu-satuan dengan asumsi bahwa variabel *keualitas produk* (x_1) tetap, maka *keputusan pembelian* akan meningkat sebesar 0,297.

5.) Korelasi *product moment* dan Koefisien Determinasi

Berdasarkan uji dengan program SPSS diperoleh hasil korelasi product moment seperti terangkum pada tabel berikut :

Tabel 4.4
Hasil Uji Koefisien Korelasi Produk Moment

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.780 ^a	.608	.600	3.987

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data primer yang telah di olah, 2017

Dari hasil perhitungan didapat:

Nilai koefisien korelasi dapat dilihat dengan nilai R yaitu 0.780 diama *kualitas produk* (x_1) dan *harga* (x_2) memiliki hubungan yang "**kuat**" terhadap *keputusa pembelian* (y) karena 0.780 berada di antara 0.600 s/d 0.799.

Koefisiensi determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen". Berdasarkan uji dengan program SPSS diperoleh hasil uji koefisien determinasi dilihat dari nilai (R Square) yang diperoleh sebesar 0,608. Hal ini berarti 60,8% *keputusan pembelian* dapat dijelaskan oleh variabel x_1 (*kualitas produk*) dan x_2 (*harga*) sedangkan sisanya 39,2% *keputusan pembelian* dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti misalnya bauran pemasaran, harga dan lokasi.

6.) Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis ini dalam penelitian ini menggunakan regresi linier ganda dengan variabel bebas *kualitas produk* (x_1), *harga* (x_2), serta *keputusan pembelian* sebagai variabel terikat (y). Dalam analisis ini diuji secara parsial dan simultan

a. Uji Parsial

Dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing atau secara parsial variabel independen x_1 (*kualitas produk*), x_2 (*harga*), terhadap variabel dependen *keputusan pembelian* (y).

Tabel 4.5
Hasil Uji Parsial
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.120	1.732		3.533	.001
	Kualitas Produk	.539	.123	.657	4.397	.000
	Harga	.297	.222	.133	2.891	.002

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data primer yang telah di olah, 2017

Pengaruh dari masing-masing variabel x_1 (*kualitas produk*) dan x_2 (*harga*) terhadap *keputusan pembelian* (y) dapat dilihat dari arah tanda dan tingkat signifikansi (probabilitas) dimana semua variabel mempunyai arah yang positif dan berpengaruh signifikan karena nilai signifikansi $< 0,05$. atau pada t tabel dengan nilai signifikansi 0,05 maka diperoleh t tabel 1,985 atau $=TINV(0,05;97)$:

1. Pengaruh *Kualitas Produk* (x_1) terhadap *keputusan pembelian*

Hasil uji parsial (uji t) antara *kualitas produk* terhadap *keputusan pembelian* menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,397 > 1,985$) dan $sig < 0,05$ ($0,005 < 0,05$) sehingga H_0 di tolak dan H_a diterima yaitu "terdapat pengaruh yang signifikan dari *kualitas produk* terhadap *keputusan pembelian*"

2. Pengaruh *harga* (x_2) terhadap *keputusan pembelian*

Hasil uji parsial (uji t) antara *harga* terhadap *keputusan pembelian* menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.891 > 1,985$) dan $sig < 0,05$ ($0,017 < 0,05$) sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak yaitu "terdapat pengaruh yang signifikan dari *harga* terhadap *keputusan pembelian*"

b. Uji Simultan

Perhitungan Uji F dapat dilihat pada tabel:

Tabel 4.6
Hasil Uji F (simultan)
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2392.277	2	1196.139	75.239	.000 ^a
	Residual	1542.083	97	15.898		
	Total	3934.360	99			

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data primer yang telah di olah, 2017

Dari hasil uji F dapat diperoleh nilai $F_{hitung} > f_{tabel}$ yaitu $75,239 > 3,09$ dan nilai $sig < 0,05$ atau $0,000 < 0,005$ "Maka, X_1 (kualitas produk) dan X_2 (harga) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y)."

G. Pembahasan

1. Variabel Kualitas Produk

- Tanggapan responden terhadap variabel kualitas produk yang ada pada Samsung Sotore Mall Bintaro Exchange mendapat respon yang baik, penulis menyimpulkan dari hasil jawaban seluruh responden yang berjumlah 100 konsumen dengan 8 pernyataan dimana persentase jawaban "**Setuju**" merupakan skor yang terbesar yaitu dengan skor 284 (35.5%) sehingga kualitas produk yang di hasil oleh Samsung Store Mall Bintaro Exchange **sudah baik**.
- Dari hasil jawaban kuisioner terhadap variabel kualitas produk masih terdapat 15 jawaban "**Sangat Tidak Setuju**" pernyataan "smartphone samsung dapat memberikan kesan menarik terhadap tampilanya" maka dari itu pihak perusahaan harus meningkatkan lagi kualitas produk karena agar tampilan desain dari *smartphone* tersebut memberikan kesan terhadap pengguna nya.
- Berdasarkan hasil uji validitas maka item kuisioner no 1 $r_{hitung} (0,849) > r_{tabel} (0,300)$ berarti butir pertanyaan no.1 variabel *kualitas produk* (X_1) dinyatakan Valid.
- Berdasarkan hasil uji reliabilitas maka item kuisioner $r_{ca} (0,945) > r_{tabel} (0,600)$ dengan ketentuan $\alpha = 5\%$ maka besar $r_{tabel} = 0,6$ Sugiyono (2013:184), maka varians butir item variable *kualitas prooduk* (X_1) dapat dinyatakan Reliabel
- Hasil uji parsial (uji t) antara *kualitas produk* terhadap *keputusan pembelian* menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel} (4,397 > 1,985)$ dan $sig < 0,05$ ($0,005 < 0,05$) sehingga H_0 di tolak dan H_a diterima yaitu "terdapat pengaruh yang signifikan dari *kualitas produk* terhadap *keputusan pembelian*" hasil penelitian ini sejalan dengan Rosvita (2010), Yusuf (2010), Endang (2015) dan Ismi (2015).

2. Variabel Harga

- Tanggapan responden terhadap harga yang ada pada Samsung Store Mall Bintaro Exchange mendapat respon yang baik, penulis menyimpulkan dari hasil jawaban seluruh responden yang berjumlah 100 konsumen dengan 5 pernyataan dimana persentase jawaban "**Setuju**" merupakan skor yang terbesar yaitu dengan skor 199 (38,8 %) sehingga harga yang ditawarkan oleh Samsung Stroe Mall Bintaro Exchange **sudah baik**.
- Dari hasil jawaban kuisioner terhadap variabel harga masih terdapat 15 jawaban "**Sangat Tidak Setuju**" pernyataan "Harga Smartphone Samsung Terjangkau" maka dari itu pihak samsung Store Mall Binatro Exchange dapat lebih menekan harag yang ditawarkan agar dapat di jangkau oleh semua kalangan.

- c. Berdasarkan hasil uji validitas maka item kuisioner no 1 $r_{hitung} (0,890) > r_{tabel} (0,300)$ berarti butir pertanyaan no.1 variabel *harga* (X_2) dinyatakan Valid.
- d. Berdasarkan hasil uji reliabilitas maka item kuisioner $r_{ca} (0,752) > r_{tabel} (0,600)$ dengan ketentuan $\alpha = 5\%$ maka besar $r_{tabel} = 0,6$ Sugiyono (2013:184), maka varians butir item variabel *harga* (X_2) dapat dinyatakan Reliabel.
- e. Pengaruh *harga* (x_2) terhadap *keputusan pembelian*
Hasil uji parsial (uji t) antara *harga* terhadap *keputusan pembelian* menunjukkan nilai t hitung $> t$ tabel ($2,891 > 1,985$) dan $sig < 0,05$ ($0,017 < 0,05$) sehingga H_a diterima dan H_o ditolak yaitu "terdapat pengaruh yang signifikan dari *harga* terhadap *keputusan pembelian*" penelitian ini sejalan dengan Rosvita (2010), Yusuf (2010), Endang (2015) dan Ismi (2015).

3. Keputusan Pembelian

- a. Tanggapan responden terhadap variabel keputusan pembelian yang ada pada Samsung store mall Bintaro Exchange mendapat respon yang baik, penulis menyimpulkan dari hasil jawaban seluruh responden yang berjumlah 100 konsumen dengan 7 pernyataan dimana persentase jawaban "**Setuju**" merupakan skor yang terbesar yaitu dengan skor 261 (37,3%) sehingga keputusan pembelian pada samsung store mall Binatro Exchange **sudah baik**.
- b. Dari hasil jawaban kuisioner terhadap variabel keputusan pembelian masih terdapat 15 jawaban "**Sangat Tidak Setuju**" pernyataan "mencari sumber-sumber informasi store smartphone samsung" maka dari itu store samsung smartphone di Bintaro Exchange harus lebih giat dalam melakukan promosi agar konsumen dapat lebih mengetahui store samsung di Bintaro Exchange.
- c. Berdasarkan hasil uji validitas maka item kuisioner no 1 $r_{hitung} (0,843) > r_{tabel} (0,300)$ berarti butir pernyataan no 1 variabel *keputusan pembelian* (Y) dinyatakan Valid.
- d. Berdasarkan hasil uji reliabilitas maka item kuisioner $r_{ca} (0,872) > r_{tabel} (0,600)$ dengan ketentuan $\alpha = 5\%$ maka besar $r_{tabel} = 0,6$ Sugiyono (2013:184), maka varians butir item variabel *keputusan pembelian* (Y) dapat dinyatakan Reliabel.
- e. Dari hasil uji F dapat diperoleh nilai $F_{hitung} > f_{tabel}$ yaitu $75,239 > 3,09$ dan nilai $sig < 0,05$ atau $0,000 < 0,005$ "Maka, X_1 (*kualitas produk*) dan X_2 (*harga*) berpengaruh signifikan terhadap *keputusan pembelian* (Y)." Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rosvita (2010), Yusuf (2010), Endang (2015).

H. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah yang ada di atas maka kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah:

1. Berdasarkan rumusan masalah maka besar nya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian adalah 4,397, sehingga kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. Berdasarkan rumusan masalah maka besar nya pengaruh harga terhadap keputusan pembelian adalah 2,891, sehingga harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.
3. Berdasarkan rumusan masalah maka besar nya pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian adalah 75,239, sehingga kualitas produk dan harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

I. Daftar Pustaka

Adzmi,. 2017. "*pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian smart phone samsung*. Skripsi. Universitas Pamulang.

Alma Buchori, 2010. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Penerbit AlpaBeta, Bandung.

Ghozali, Imam, 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 20*. Edisi 7, Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Hidayat, Rachmat. 2009. *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan,11 (1), pp: 59 – 72

Huryati, Ratih, 2011. *Bauran Pe,asaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: CV. Alfabeta

Kotler, Philip. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-13, Jilid 1. Terjemahan: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.

Rosvita Dua Lembaga. 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Promosi, dan Cuaca Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro. Online

Sugiyono, 2012 *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif, R&D*, Bandung: CV. Alfabeta.